

หัวข้อสารนิพนธ์	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสวนนก ชัยนาท จังหวัดชัยนาท
ชื่อผู้วิจัย	นายพินิจ เจริญชัย
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดเที่ยวและบันเทิง/คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2552

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสวนนกชัยนาท จังหวัดชัยนาท

มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา  
เที่ยวสวนนกชัยนาท (2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดสวนนก  
ชัยนาท จังหวัดชัยนาท และ (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมท่องเที่ยวของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทย กับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดสวนนกชัยนาท  
จังหวัดชัยนาท วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับ  
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวสวนนกชัยนาท จังหวัดชัยนาท จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้คือ ค่า  
ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวสวนนกชัยนาทส่วนใหญ่เป็นเพศ  
หญิง อายุระหว่าง 25 – 35 ปี มีการศึกษาค่ากว่าปริญญาตรีและระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจ  
ส่วนตัว/ ก้าขาย มีรายได้ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง รองลงมาคือ  
ภาคเหนือ ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก ตามลำดับ สำหรับ  
พฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวสวนนกชัยนาท พบว่า นักท่องเที่ยว  
ส่วนมากเคยมีประสบการณ์เดินทางมาเที่ยวสวนนกชัยนาท 2 – 3 ครั้ง ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวในวัน  
เสาร์-วันอาทิตย์ นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวในฤดูหนาว เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว มีผู้ร่วมเดินทางมา  
เที่ยว 2 - 4 คน นักท่องเที่ยวส่วนมากมีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อชมสวนนก รองลงมาได้แก่ ไม่  
มีจุดมุ่งหมายใด ชมห้างหมึก สำหรับลักษณะการรับประทานอาหาร นักท่องเที่ยวจะซื้อจากร้านค้าย่อย  
ในสวนนก รองลงมา ได้แก่ ไม่ได้รับประทาน และหลังจากที่นักท่องเที่ยวที่สวนนกชัยนาทเสร็จ  
แล้ว ส่วนใหญ่จะเดินทางไปเที่ยวที่อื่นต่อ รองลงมา ได้แก่ กลับโดยไม่พักค้างคืน ส่วนความคิดเห็นของ

(2)

นักท่องเที่ยวยุคปัจจุบันมีส่วนผสมการตลาดสวนนกชัชวาท จังหวัดชัชวาท พบว่า นักท่องเที่ยวมีความ  
คิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความคิดเห็นในระดับมาก ได้แก่  
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ  
ด้านราคา ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาว  
ไทย จำแนกตามวันที่มาเที่ยว ฤดูกาลที่มาเที่ยว มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนผสมการตลาดของสวน  
นกชัชวาท จำแนกด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามวันที่มาเที่ยว  
จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว และลักษณะการรับประทานอาหาร มี  
ความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนผสมการตลาดของสวนนกชัชวาท จำแนกด้านราคา ที่ระดับนัยสำคัญทาง  
สถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามวันที่มาเที่ยว  
พาหนะในการมาเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว มีความสัมพันธ์  
กับปัจจัยส่วนผสมการตลาดของสวนนกชัชวาท จำแนกด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ระดับนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประสบการณ์ที่  
เคยมาเที่ยว วันที่มาเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว และลักษณะการรับประทานอาหาร มี  
ความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนผสมการตลาดของสวนนกชัชวาท จำแนกด้านการส่งเสริมการตลาด ที่  
ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นอกจากนี้ไม่มีความสัมพันธ์